

## EFEKTIFITAS PELATIHAN BLOG ONLINE BAGI PENGELOLA USAHA KECIL DAN MENENGAH

<sup>1</sup>Yulia Febin Ririanda

<sup>2</sup>Lana Sularto

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma

<sup>1</sup>vbin\_mutz@yahoo.com

<sup>2</sup>lana@staff.gunadarma.ac.id

### ABSTRAK

*UKM adalah salah satu sektor ekonomi yang sangat diperhitungkan di Indonesia karena kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan adanya perbedaan persepsi dan perilaku kelompok pemilik UKM yang mengikuti pelatihan di Universitas Gunadarma Depok dan Bekasi dalam penggunaan internet antara sebelum diadakannya pelatihan dan setelah mendapat pelatihan. Metode penelitian ini menggunakan pengukuran tingkat adopsi yang bersifat self-reported. Penelitian ini juga menggunakan model pengukuran adopsi dan intensitas penggunaan internet yang bersifat penggunaan aktual yang diukur berdasarkan aktifitas penggunaan internet. Berdasarkan hasil pengamatan dari 36 responden maka dapat disimpulkan bahwa ada tingkat adopsi internet (adopter, potensial adopter, dan non adopter) sebelum dan sesudah pelatihan UKM di Depok dan Bekasi dapat disimpulkan bahwa adopsi internet dapat memberikan dampak yang baik untuk para Pemilik UKM.*

*Kata kunci : Pelatihan blog online, Industri Kecil dan Menengah, Tingkat Adopsi Internet, Technology Acceptance Model, Inovasi Organisasi.*

### PENDAHULUAN

UKM adalah salah satu sektor ekonomi yang sangat diperhitungkan di Indonesia karena kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari perannya dalam pertumbuhan ekonomi nasional, produk domestik bruto (PDB) yang diciptakan, nilai tambah nasional, serta penyerapan tenaga kerja. Dalam KUKM tercantum lima kelemahan utama industri kecil di Indonesia, yaitu orientasi pasar, kualitas sumber daya manusia, penguasaan teknologi, akses pasar, dan permodalan. Hal ini dikarenakan masih terbatasnya penggunaan teknologi informasi untuk mendinamisasi dan memajukan usaha kecil.

Secara umum tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi perbedaan tingkat adopsi dan perilaku penggunaan teknologi informasi pada

pemilik/ pengelola UKM di Depok dan Bekasi, dan untuk menganalisis model prediksi tingkat adopsi internet oleh pemilik/ pengelola UKM sebelum dan setelah pelatihan UKM di Universitas Gunadarma, sebagai pengguna akhir dengan menggunakan analisis diskriminan.

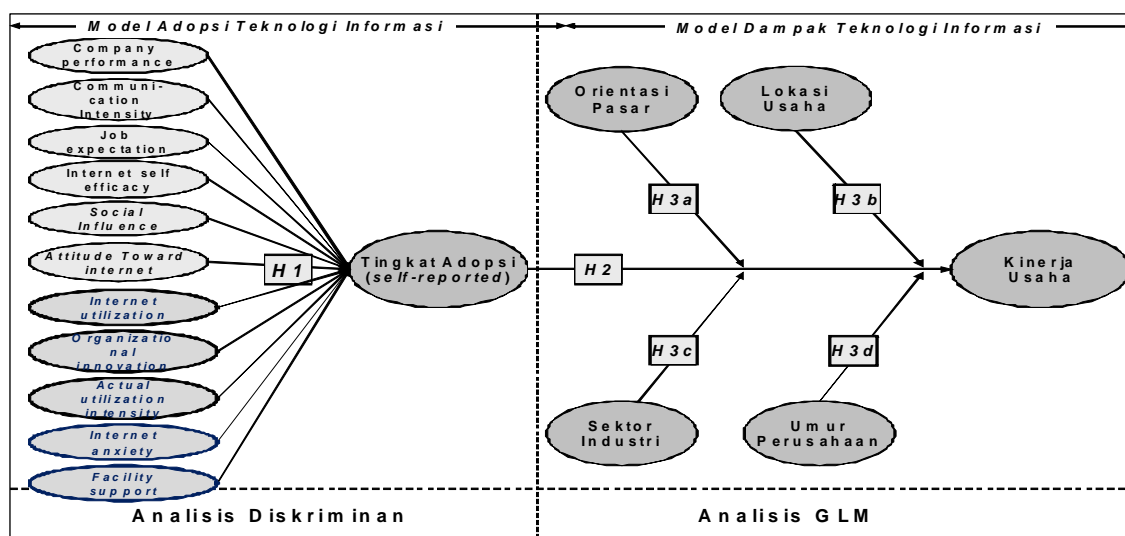
### METODE PENELITIAN

Penelitian terdiri dari dua tahap, yaitu penelitian pendahuluan dan penelitian utama. Penelitian pendahuluan dilakukan untuk (1) mendeskripsikan penggunaan TIK oleh pengusaha kecil yang meliputi komputer, mobile phone (HP), dan Internet, dan (2) mengembangkan instrumen penelitian, termasuk pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Penelitian utama dilaksanakan untuk (1) menganalisis pengaruh faktor-faktor

tersebut terhadap intensitas penggunaan komputer, khususnya sebelum pelatihan dan sesudah pelatihan dilakukan, dan (2) menguji model-model adopsi teknologi yang sesuai dengan kondisi empiris usaha kecil.

Model penelitian yang menggunakan dua tahap ini juga dilakukan oleh Bitler (2001) yaitu, tahap

pertama, menghubungkan beberapa atribut perusahaan dengan tingkat adopsi (dengan skala biner, yaitu adopter dan non-adopter), dan selanjutnya menghubungkan tingkat adopsi tersebut dengan kinerja perusahaan. Model penelitian selengkapnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 1. Model penelitian dengan *self-reported*  
Sumber : Hermana (2007)

Model penelitian di atas menggunakan pengukuran tingkat adopsi yang bersifat *self-reported* yang terdiri dari tiga kelompok adopsi, yaitu (1) bukan pengadopsi (*non-adopter*), (2) pengadopsi potensial (*potential adopter*), dan (3) pengadopsi (*adopter*). Variabel yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari 7 kelompok, yaitu: (1) variabel prediktor bagi tingkat adopsi internet sebanyak 6 variabel, yaitu (a) ekspekstasi kinerja, (b) ekspektasi usaha, (c) pengaruh sosial, (d) kondisi pendukung, (e) *Internet self-efficacy*, dan (f) Kecemasan terhadap Internet (*Internet anxiety*); (2) karakteristik individu yang meliputi: (a) jenis kelamin (gender), (b) usia, (c) pengalaman pelatihan, (d) tingkat pendidikan, dan (e) pengalaman pelatihan dan usaha; (3) perilaku penggunaan, tingkat adopsi dan

intensitas penggunaan aktual; (5) intensitas komunikasi; (6) inovasi organisasi; dan (7) kinerja perusahaan.

Pengujian analisis untuk pengujian validitas konstruk kuisisioner penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis factor dengan menggunakan *SPSS versi 11.5 for window*. Analisis faktor akan menampilkan hasil ekstraksi butir pertanyaan menjadi beberapa komponen yang diinginkan oleh peneliti. Prinsip analisis faktor adalah mengelompokkan data berdasarkan interkorelasi antar butir pertanyaan. Sebuah butir pertanyaan kuisisioner dapat dikatakan merupakan pembentuk faktor jika nilai korelasinya lebih besar sama dengan 0,5 (Wahana komputer, 2005).

Sedangkan penelitian ini menggunakan *SPSS versi 11.5 for*

*window*, yaitu analisis *paired samples t test* yang merupakan prosedur yang digunakan untuk membandingkan rata-rata dua variabel dalam satu *group*, analisis ini juga berguna untuk melakukan pengujian terhadap dua sampel berpasangan. Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah ada suatu perbedaan yang penting antara nilai sebelum pelatihan dan sesudah pelatihan (Teguh Wahdoyo : 2009).

## PEMBAHASAN

Gambaran penduduk Jawa Barat berdasarkan jenis pekerjaan dapat ditunjukkan dari sebaran penduduk yang bekerja menurut lapangan usaha, masih didominasi oleh sektor pertanian, perdagangan, jasa dan industri. Secara umum, perekonomian Jawa Barat tahun 2007 mengalami pertumbuhan, diperkirakan tumbuh 6,41%, lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 6.2%.

Kawasan Andalan Bodebek (Kabupaten/Kota Bogor, Bekasi dan Kota Depok), difokuskan pada pengembangan industri, pariwisata, perdagangan dan jasa serta sumberdaya manusia yang mempunyai keterkaitan dengan sumberdaya lokal, berdaya saing, berorientasi ekspor dan ramah lingkungan. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, dalam penelitian ini akan dibangun situs web bagi setiap usaha kecil yang berorientasi ekspor, kemudian akan diselenggarakan juga pelatihan untuk memelihara situs web mereka masing-masing. Pada akhir periode penelitian, diharapkan agar sebagian besar usaha kecil yang berorientasi ekspor sudah memiliki dan mampu memanfaatkan teknologi internet untuk mendukung usaha mereka sekaligus dapat tercapai tujuan dalam penelitian ini.

Instrumen penelitian ini terdiri dari lima bagian yaitu (1) Karakteristik

individu responden; (2) Profil tentang usaha yang dijalankan oleh responden; (3) Persepsi responden tentang internet dengan mengacu ke model-model penerimaan teknologi informasi; (4) Identifikasi faktor-faktor penghambat penggunaan internet; (5) Gambaran penggunaan internet oleh responden yang sudah menggunakan internet. Sebelas variabel persepsi selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 1. di bawah ini:

Tabel 1.  
Variabel Penelitian Untuk Model Adopsi  
Internet Oleh Responden

No	Variabel	Jumlah Butir
1	Company Performance	7 butir
2	Communication Intensity	7 butir
3	Job Expectation	4 butir
4	Internet-Self Efficacy	5 butir
5	Social Influence	4 butir
6	Attitude toward Internet	4 butir
7	Internet Utilization	3 butir
8	Organizasional Innovation	4 butir
9	Actual-utilization Intensity	4 butir
10	Internet Anxiety	4 butir
11	Facility Support	4 butir

Sebelum dilakukan pengolahan data penelitian terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui layak atau tidaknya setiap atribut yang dipertanyakan dalam kuisioner tersebut. Pengujian uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Software SPSS 11.5 for Window*.

Informasi tentang profil responden ini diperlukan untuk mengetahui kondisi awal tentang responden serta pola persepsi dan perilaku penggunaan internet. Informasi tersebut diperlukan untuk mengembangkan instrumen dan memperlancar pelaksanaan penelitian utama. Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah 36 orang responden. Usia responden berkisar antara 18 sampai dengan 57 tahun dengan rata-rata 38,21 tahun. Rata-rata

responden sudah menikah, dengan presentase 83,33 %.

Penelitian ini menggunakan *SPSS versi 11.5 for window*, yaitu analisis *paired samples t test* yang merupakan prosedur yang digunakan untuk membandingkan rata-rata dua variabel dalam satu *group*, analisis ini juga berguna untuk melakukan pengujian terhadap dua sampel berpasangan. Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah ada suatu perbedaan yang penting antara nilai sebelum pelatihan dan sesudah pelatihan (Teguh Wahdoyo : 2009). Hasil pengolahan data dapat dilihat dari Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2.  
Tabel Paired Samples Statistics

	T-test	Sig. (2-tailed)
Pair Nilai sebelum pelatihan	<i>Company Performance</i>	0,0
Nilai sesudah pelatihan	<i>Communication Intensity</i>	0,0
	<i>Job Expectation</i>	0,0
	<i>Internet-Self Efficacy</i>	0,0
	<i>Social Influence</i>	0,0
	<i>Attitude toward Internet</i>	0,0
	<i>Internet Utilization</i>	0,0
	<i>Organizational Innovation</i>	0,0
	<i>Actual-utilization Intensity</i>	0,0
	<i>Internet Anxiety</i>	0,5
	<i>Facility Support</i>	0,0
		97

Dari data pada Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang efektif dalam adopsi internet untuk UKM adalah kinerja usaha (*Company Performance*) diperoleh data Sig (2-tailed) sama dengan 0,019, hasil tersebut kurang dari 0,05 jadi variabel kinerja

usaha ini efektif bagi UKM di Depok dan Bekasi sebelum dan sesudah pelatihan. Intensitas komunikasi (*Communication Intensity*) diperoleh data Sig (2-tailed) sama dengan 0,000, jadi variabel intensitas komunikasi ini efektif bagi UKM. Ekspektasi usaha (*Job expectation*) diperoleh data Sig (2-tailed) sama dengan 0,010, jadi variabel ekspektasi usaha ini efektif bagi UKM. *Internet-Self efficacy* diperoleh data Sig (2-tailed) sama dengan 0,029, jadi variabel *Internet-Self efficacy* ini efektif bagi UKM. Pengaruh sosial (*Social influence*) diperoleh data Sig (2-tailed) sama dengan 0,000, jadi variabel pengaruh social ini efektif bagi UKM. Sikap terhadap internet (*Attitude toward internet*) diperoleh data Sig (2-tailed) sama dengan 0,001, jadi variabel sikap terhadap internet ini efektif bagi UKM. Penggunaan internet (*Internet utilization*) diperoleh data Sig (2-tailed) sama dengan 0,001, jadi variabel penggunaan internet ini efektif bagi UKM.

Sedangkan variabel yang tidak efektif adalah inovasi organisasi (*Organizational innovation*) diperoleh data Sig (2-tailed) sama dengan 0,064, hasil tersebut lebih dari 0,05 jadi variabel inovasi organisasi ini tidak efektif bagi UKM di Depok dan Bekasi sebelum dan sesudah pelatihan. Intensitas penggunaan actual (*Actual-utilization Intensity*) diperoleh data Sig (2-tailed) sama dengan 0,057, jadi variabel Intensitas penggunaan actual ini tidak efektif bagi UKM. *Internet Anxiety* diperoleh data Sig (2-tailed) sama dengan 0,559, jadi variabel *Internet Anxiety* ini tidak efektif bagi UKM. Dukungan fasilitas (*Facility Support*) diperoleh data Sig (2-tailed) sama dengan 0,097, jadi variabel dukungan fasilitas ini tidak efektif bagi UKM.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan penelitian adalah gambaran umum dari 36 responden menunjukkan bahwa pemilik ataupun pengelola Usaha Kecil Menengah (UKM) di Depok dan Bekasi sudah menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Tingkat adopsi internet (adopter, potential adopter, dan non adopter) sebelum dan sesudah pelatihan UKM di Depok dan Bekasi dapat disimpulkan bahwa adopsi internet dapat memberikan dampak yang baik untuk para Pemilik UKM. Ada sebelas variabel yang berhubungan dengan adopsi internet, tujuh variabel adalah variabel efektif (kurang dari 0.05, yaitu *Company Performance, Communication Intensity, Job Expectation, Internet-Self Efficacy, Social Influence, Attitude toward Internet, Internet Utilization*. Dan empat variabel lainnya tidak efektif (lebih dari 0,05), yaitu *Organisasional Innovation, Actual-utilization Intensity, Internet Anxiety, Facility Support*.

Beberapa saran terkait dengan hasil penelitian dan usulan penelitian selanjutnya adalah sebaiknya adopsi untuk komputer pribadi dan internet yang masih rendah agar ditingkatkan dengan cara melakukan pelatihan-pelatihan tentang internet. Forum diskusi pada fitur layanan internet sebaiknya lebih sering digunakan karena forum tersebut dapat memberikan pengetahuan tentang perkembangan dunia usaha dan Pemilik UKM juga dapat *sharing* dan ketakutan pemanfaatan internet oleh para Pemilik UKM dipengaruhi oleh prasarana organisasi dan teknis yang kurang mendukung. Hal itu dapat

diminimalisir dengan cara pemberian pengetahuan tentang internet.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Davis, F.D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly, 13 (3), 319-340
- [2] Davis, F.D., Bagozzi, R.P., & Warshaw, P.R., 1989, *User Acceptance of Information Technology-a Comparison of 2 Theoretical-Models*. Management Science, 35 (8), 982-1003.
- [3] Hermana, Budi. 2007. *Model Penelitian*.
- [4] Longenecker, G, Justin. 2001. *Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil*, Salemba Empat, Jakarta.
- [5] Nurgiyantoro, Burhan dkk. 2002. *Statistik Terapan*, Penerbit Gadjah Mada University Press.
- [6] Santoso, Singgih. 2006. *Menguasai Statistik di Era Informasi dengan SPSS 14*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- [7] Tim Penelitian dan Pengembangan Wahana Komputer. 2005. *Pengembangan Analisis multivariate dengan SPSS 12*, Salemba Infotek, Jakarta.
- [8] Wiratmo, Masyur. 1994. *Kewirausahaan*, Gunadarma.
- [9] Wahdoyo, Teguh. 2009. *25 Model Analisis Statistik dengan SPSS 17*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- [10] [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id)
- [11] [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com)